

**การศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัล
เพื่อการทำตลาดออนไลน์ ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิต์**
**A Study of the Situations and Need Assessment for the Development
of Online Marketing' Digital Skills for the Community
Hard Song -Khwa, Tron District, Uttaradit Province**

พิชญภา ยวงสร้อย¹

Pichayapa Yaungsoi

¹อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
Lecturer, Educational Technology and Communications Program, Faculty of Education,
Naresuan University

Received: December 19, 2022

Revised: April 23, 2023

Accepted: April 25, 2023

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhsoc.2023.3>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการทำตลาดออนไลน์ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิต์ แหล่งข้อมูล ได้แก่ ประธานชุมชน สมาชิกกลุ่มที่มาฝึกอาชีพและรวมกลุ่มอาชีพ เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหาดสองแคว และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 34 คน ดำเนินการวิจัยโดยการจัดสัมมนา การสนทนากลุ่ม (Focus group) และการทำกิจกรรมกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ประเด็นสนทนา และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มสมาชิกชุมชนหาดสองแคว ขาดทักษะและความรู้ในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ 2) ชาวชุมชนหาดสองแคว มีความต้องการที่จะมีความรู้และทักษะในการทำตลาดออนไลน์ ดังนี้ 1) ด้านการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการถ่ายภาพ

และไลฟ์สด 2) ด้านเทคนิคการทำการตลาดบนโซเชียล 3) ด้านเทคนิคการสร้างแบรนด์
4) ด้านเทคนิคด้านช่องทางการชำระเงินออนไลน์ (Internet Banking)

คำสำคัญ: ทักษะดิจิทัล, การตลาดออนไลน์, ชุมชนหาดสองแคว

Abstract

This research article aims to study the situations and needs for evolving online marketing digital skills of Hard Song Khwae Community Group, Tron District, Uttaradit Province. The data source includes community leaders, members of vocational training and vocational groups, staff of Hard Song Khwae Subdistrict Administrative Organization, and 34 people involved. To conduct research, organizing seminars, focus group discussions, and group activities were pursued. The research tool was a semi-structured interview, and the statistics used in the research was content analysis. The results showed that 1) for considerations of online marketing digital skills for Hard Song Khwae community members, Hard Song Khwae community members lack skills and knowledge in using digital tools for social media marketing; however, the community members have potentials in terms of costs and readiness for online marketing, such as natural costs, cultural, traditions, and local wisdom capitals that are unique to the original version of the Laotians of Vientiane. Moreover, the business aspect of the community was a group selling products at the cultural street and online marketing lab. 2) For the requirement to develop digital skills for online marketing Hard Song Khwae community members, they require knowledge and skills in online marketing as follows: 1) the use of basic tools/equipment/photography techniques/composition/lighting, and 2) marketing techniques on social media live techniques content thinking techniques technical

aspects of advertising, and 3) brand building techniques/packaging design techniques, services, and 4) technical aspects of payment channels (Internet Banking)/delivery techniques/knowledge of law and tax, and support basic tools for live broadcasting.

Keywords: digital skills, online marketing, Hard Song Khwae community

บทนำ

ชุมชนหาดสองแควของ “ลาวเวียงจันทร์” เป็นชุมชนที่ผู้คนอพยพจากเมืองลาวเวียงจันทร์ และได้รวมกลุ่มกันตั้งรกรากอยู่ที่บริเวณร่มเม่น้านาน ที่บ้านหาดสองแคว ต.หาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ ปัจจุบันวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชนยังคงยึดถือและอนุรักษ์ไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมโบราณแบบล้านช้าง ซึ่งเป็นวิถีเดิมของคนเชื้อสายลาวเวียงจันทร์ สำหรับร่องรอยความงดงามของวัฒนธรรมที่สืบทอดจากปู่ย่าตาทวดยังคงมีปรากฏให้เห็นที่บ้านหาดสองแคว อันได้แก่ ภาษาถิ่นที่มีการพูดจาด้วยภาษาลาวแบบดั้งเดิมซึ่งมีสำเนียงต่างจากลาวเวียงในที่อื่นๆ การแต่งกายประจำถิ่น ได้แก่ การนุ่งผ้าสี่เหลี่ยม ซึ่งผ่านกรรมวิธีการทอมือด้วยผ้าฝ้ายสีขาว อาหารพื้นบ้านอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น ขนมวงลาวเวียง ขนมห้างลาว อั่วบักเผ็ด (พริกขี้หนู) แจ่วฮေးปลาแดก แกงโห้เฮ้อๆ และประเพณีไหลไฟไฟเฉลิมพระเกียรติ พิธีขอขมาพิชิตพันธุภัยอาหาร และประเพณีหาบจังหัน ซึ่งเป็นประเพณีหนึ่งเดียวในประเทศที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่จนถึงปัจจุบัน ด้วยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมลาวเวียงสโตร์ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และเป็นรากเหง้าเก่าแก่ผสมผสานให้เข้ากับสายวัฒนธรรมใหม่ ได้ที่ถูกบอกกล่าวเล่าขานต่อๆ กันของผู้มาเยือนผ่านจุดท่องเที่ยว กิจกรรม บริการและสินค้าของชุมชน ทำให้ชุมชนลาวเวียงหาดสองแควมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย นอกจากกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วที่นับว่าเป็นเอกลักษณ์แล้ว ชุมชนยังเน้น

การบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาทิเช่น การปั่นจักรยาน เพื่อสุขภาพ ที่พักแบบโฮมสเตย์ การบริการอาหารพื้นบ้าน สปาสรรพชาติ บริการนวด เพื่อสุขภาพ ซึ่งนำมาซึ่งรายได้สุจริต เกิดสัมมาอาชีพในชุมชน เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้ ตลอดจนเกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจภายในชุมชนลาวเวียงหาดสองแคว (Subdistrict Administration Organization Hardsongkwae, n.d.)

แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 (Covid-19) ทำให้กิจกรรมที่ทางชุมชนจัดเตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลง ชุมชนไม่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ได้เหมือนในสถานการณ์ปกติ (Siam Rath, Online) โดยเฉพาะกิจกรรมการขายสินค้าของคนในชุมชน บนถนนสายวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักให้กับกลุ่มชุมชนหาดสองแคว ก็ต้องถูกปิดลงเช่นเดียวกัน (Chaion, personal communication, July 8, 2021)

จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อคนในชุมชนหาดสองแคว ทุกกลุ่ม กลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า ที่มีอาชีพขายสินค้าอยู่บนถนนสายวัฒนธรรมและกลุ่มบริการต่างๆ ที่ไม่สามารถสร้างรายได้ได้อย่างเช่นเคย และต้องปรับตัวให้สามารถอยู่รอดกับบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าและบริการที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งหัวหน้าชุมชนหาดสองแควให้ความเห็นว่าการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่ง ที่จะสามารถช่วยบรรเทาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของชุมชนหาดสองแควได้ (Chaion, personal communication, July 8, 2021)

การตลาดออนไลน์ หรือ Online Marketing คือ การทำงานเพื่อส่งเสริมธุรกิจหรือบริษัทในสื่อออนไลน์ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญคือประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการในธุรกิจให้กลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ มากขึ้นนั่นเอง การทำการตลาดออนไลน์ที่รู้จักกันทั่วไป เช่น โฆษณบน Google, Facebook, YouTube หรือแม้แต่การทำบล็อก (AUN Thai, n.d.) ซึ่งการตลาดออนไลน์มีประโยชน์และข้อดีต่อธุรกิจหลายอย่าง เช่น 1) ขั้นตอนการสั่งซื้อรวดเร็ว

2) สร้างรายการสินค้าได้ง่าย 3) ลดต้นทุนหน้าร้าน 4) โฆษณาและทำการตลาดได้ตรงจุด 5) ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง 6) เปรียบเทียบสินค้าและราคาดง่าย 7) เข้าถึงลูกค้าได้ไม่จำกัดจำนวน 8) ได้ตอบลูกค้าได้ไว รับมือกับความต้องการของตลาดได้ทันที และ 9) มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย (Amazon, n.d.) ซึ่งสอดคล้องกับ Hemann and Burbary (2017) ที่ได้เสนอข้อดีของการตลาดออนไลน์ไว้ว่า 1) ช่วยให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ทันที 2) ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดไม่สูง 3) ลูกค้ารับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ในวงกว้าง 4) สามารถปรับปรุงหรือเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา 5) สนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว 6) สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างผลกำไรได้ 7) สามารถเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อการทำการตลาด 8) เปิดบริการร้านค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

จากข้อดีและประโยชน์ของการทำการตลาดออนไลน์ข้างต้น ทำให้นักวิชาการหลายท่าน ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มคนในชุมชนต่างๆ อาทิเช่น Budseeta (2021) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวสากหิขุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และ Rodplang (2021) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานงอบไทยลาวแฉ่งทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการร้านค้าจำเป็นต้องมีทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ จากเหตุและผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะการศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุตรดิตถ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ หรือนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มชุมชนหาดสองแควต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์
 2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์
- ขอบเขตการวิจัย

แหล่งข้อมูล

ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มที่มาฝึกอาชีพและรวมกลุ่มอาชีพ เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหาดสองแคว จำนวน 34 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากเอกสารและจากการสนทนากลุ่ม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกกลุ่มชุมชนหาดสองแคว จำนวน 34 คน โดยแหล่งข้อมูลได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ประเด็นการสนทนา

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่องที่ 1 ศึกษาสภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ มีวิธีการและขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของชุมชนหาดสองแคว และต้นทุนในด้านต่างๆ ของชุมชนหาดสองแคว สภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ และการสร้างประเด็นการสนทนา 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน 2) ต้นทุนในด้านต่างๆ ของชุมชน 3) สภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์

2. ลงพื้นที่สำรวจสภาพของชุมชนหาดสองแคว ในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม
ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และธุรกิจของคนในชุมชนหาดสองแคว

3. จัดสนทนา สนทนากลุ่ม (Focus group) และทำกิจกรรมกลุ่มกับสมาชิก
ชุมชนหาดสองแคว ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิก เจ้าหน้าที่การการบริหาร
ส่วนตำบลหาดสองแคว โดยสนทนากลุ่มตามประเด็นที่กำหนด จากนั้นร่วมกันระดม
ความคิด และวิเคราะห์สภาพธุรกิจของชุมชน สภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาด
ออนไลน์ และต้นทุนในต่างๆ ที่จะส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาด
ออนไลน์

ภาพ 1

ลงพื้นที่สำรวจสภาพของชุมชนหาดสองแคว



ภาพ 2

สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และทำกิจกรรมกลุ่มกับสมาชิกชุมชนหาดสองแคว



การศึกษาเรื่องที่ 2 การศึกษาความต้องการในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ ของชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ มีกรดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์และการสร้างประเด็นสนทนาเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์

2. จัดสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม (Focus group) กับสมาชิกชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิก เจ้าหน้าที่การการบริหารส่วนตำบลหาดสองแคว โดยสนทนากลุ่มตามประเด็นที่กำหนด เพื่อสอบถามถึงความต้องการในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มคนในชุมชนหาดสองแคว

ภาพ 3

สนทนากลุ่มกับสมาชิกชุมชนหาดสองแคว



ผลการวิจัย

การศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิต์ สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาสภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิต์

1.1 ด้านข้อมูลพื้นฐานของชุมชนหาดสองแคว

อาชีพ ตำบลหาดสองแคว มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ พืชทางเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ข้าว อ้อย ถั่วเหลือง นอกจากนี้ยังมีการทำสวนผลไม้ ได้แก่ มะม่วง ส้มโอ ขนุน เป็นต้น

การปศุสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่าย สัตว์ที่เลี้ยง ได้แก่ โคเนื้อ ไก่พันธุ์ไข่

การประมง มีการทำประมงหมู่บ้าน บริเวณบึงพาด เนื้อที่ประมาณ 250 ไร่

การพาณิชย์ มีสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดเล็ก จำนวน 9 แห่ง มีท่าทราย จำนวน 1 แห่ง

หน่วยธุรกิจในเขต อบต. โรงเรียนขนาดเล็ก 1 แห่ง โรงเรียนข้าวขนาดกลาง 1 แห่ง ลานตากข้าว 1 แห่ง

สภาพทางสังคม ด้านการศึกษาโรงเรียนประถมศึกษา (โรงเรียนขยายโอกาส 1 แห่ง) 3 แห่ง ศูนย์ฝึกและพัฒนาอาชีพฯ 1 แห่ง ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน ห้องสมุดประชาชน 7 แห่ง และศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 1 แห่ง

การส่งเสริมธุรกิจของชุมชน ธุรกิจภายในชุมชนหาดสองแคว มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม นันทนาการ และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง พัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นทุกระดับ มีการนำวัสดุเหลือใช้มาทำเป็นของใช้ในครัวเรือน โดยกิจกรรมและสินค้าต่างๆ ได้ทำรายได้ให้กับคนในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ด้านต้นทุนในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์

1. มีต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจำนวนมากและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและพร้อมจะนำมาใช้สร้างเป็นจุดขายเพื่อต่อยอดในการทำตลาดออนไลน์เพื่อสร้างรายได้ เช่น ประเพณีการดักบาตรหาบจังหัน ประเพณีทำบุญกลางบ้าน มีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัฒนธรรม ชมแม่น้ำสองสี มีผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป มีกิจกรรมตามรอยเส้นทางเสด็จประพาสต้น (รัชกาลที่ 5) ในแม่น้ำน่าน มีการปั่นเพื่อสุขภาพ มีสารวจร่องรอยเมืองโบราณตาซุชก มีสินค้าหัตถกรรมผ้าทอน้ำอ่างซึ่งเป็นเอกลักษณ์ สกุลเวียงจันทน์ มีอาหารพื้นบ้าน มีโฮมสเตย์หาดสองแควให้บริการเข้าพักและมีงานประเพณีไหลแพไฟ่ พิธีขอบคุณพืชพันธุ์ ธัญญาหารและสาขาน้ำ ทุกวันที่ 4-6 ธันวาคมของทุกปี

2. มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีพื้นฐานสำหรับการตลาดออนไลน์

3. สัญญาเช่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในพื้นที่มีความเร็วเหมาะสมที่จะทำการตลาดออนไลน์ได้

4. มีความพร้อมทางด้านจิตใจ ใฝ่รู้ กล้าแสดงออก เป็นมิตรกับผู้อื่น
และมีประสบการณ์การขายของบนเส้นทางถนนสายวัฒนธรรม

5. มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นเมือง และภูมิปัญญาท้องถิ่น
ของตน

6. ชุมชนได้รับการสนับสนุนด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยวจากองค์การบริหารตำบลหาดสองแคว

1.3 ด้านสภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์

1. ขาดความรู้และทักษะดิจิทัลสำหรับการทำการตลาดออนไลน์
2. ขาดความรู้ด้านการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์พื้นฐาน เทคนิคการถ่ายภาพ/
จัดองค์ประกอบภาพ/จัดแสง

3. ขาดความรู้ด้านเทคนิคการทำการตลาดบนโซเชียล เทคนิคการไลฟ์สด
เทคนิคการติดคอนเทนต์ และเทคนิคในการทำโฆษณา

4. ขาดความรู้ด้านเทคนิคการสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์
การบริการ

5. ขาดความรู้ด้านเทคนิคด้านช่องทางการชำระเงิน (Internet Banking)
เทคนิคการจัดส่งสินค้า ขาดความรู้ด้านกฎหมายและภาษี

2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ของ กลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์

ผลการสนทนาพูดคุย เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อ
การตลาดออนไลน์ของกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ สรุปได้ว่าชาว
ชุมชนมีความต้องการที่จะมีทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ในประเด็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์พื้นฐาน เทคนิคการถ่ายภาพ/จัดองค์ประกอบ
ภาพ/ จัดแสง

2. ด้านเทคนิคการทำการตลาดบนโซเชียล เทคนิคการไลฟ์สด เทคนิคการติด
คอนเทนต์ ด้านเทคนิคในการทำโฆษณา

3. ด้านเทคนิคการสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริการ
4. ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
5. ด้านเทคนิคด้านช่องทางการชำระเงิน (Internet Banking) เทคนิคการจัดส่งสินค้า ด้านความรู้ด้านกฎหมายและภาษี และสนับสนุนเครื่องเครื่องมือจำเป็นเบื้องต้นสำหรับไลฟ์สด

อภิปรายผล

1. สภาพทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ ของกลุ่มสมาชิกชุมชนหาดสองแคว พบว่า ชุมชนหาดสองแควส่วนใหญ่มีอาชีพทำเกษตรกรรม ซึ่งปลูกพืชทางเศรษฐกิจที่สำคัญๆ เช่น ข้าว อ้อย โดยชุมชนมีต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เพราะเป็นชุมชนที่ผู้คนอพยพจากเมืองลาวเวียงจันทน์ ซึ่งการดำเนินชีวิตก็ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและประเพณีของ “ลาวเวียงจันทน์” เช่น ประเพณีการตักบาตรหับจันทน์ ประเพณีทำบุญกลางบ้าน และชุมชนยังมีความพร้อมในการพัฒนาทักษะการทำการตลาดดิจิทัล หลายด้าน เช่น ด้านอุปกรณ์ ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านความสนใจ และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เป็นต้น และเมื่อสอบถามถึง ทักษะและความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ พบว่า กลุ่มสมาชิกชุมชนหาดสองแควขาดทักษะและความรู้ในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มชุมชนหาดสองแควส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับการฝึกหรือไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเพียงพอ จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล 34 คน พบเพียง 1 คน ที่มีประสบการณ์และทักษะดิจิทัลเพื่อการทำการตลาดออนไลน์โดยการขายสาบูนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Rodplang (2021) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์จอบ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานจอบไทยลาว แก้วทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเป็นผู้ที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีในระดับต่ำ ซึ่งพบเพียงสมาชิกใน

กลุ่มจำนวน 3 คน ที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อทำการตลาดออนไลน์ได้ และสอดคล้อง Mahatthanachai et al. (2018) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดด้วยดิจิทัลคอมเมอร์ซของผลิตภัณฑ์ในชุมชนอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีทักษะการใช้งานอุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์และทักษะการใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับน้อย

2. ความต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ โดยชาวชุมชนหาดสองแคว มีความต้องการที่จะมีความรู้และทักษะในการทำการตลาดออนไลน์ ดังนี้

- 1) ด้านการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์พื้นฐาน เทคนิคการถ่ายภาพ/จัดองค์ประกอบภาพ/จัดแสง
- 2) ด้านเทคนิคการทำการตลาดบนโซเชียล เทคนิคการไลฟ์สด เทคนิคการคิดคอนเทนต์ ด้านเทคนิคในการทำโฆษณา
- 3) ด้านเทคนิคการสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริการ
- 4) ด้านเทคนิคด้านช่องทางการชำระเงิน (Internet Banking) เทคนิคการจัดส่งสินค้า ด้านความรู้ด้านกฎหมายและภาษี และสนับสนุนเครื่องเครื่องมือจำเป็นเบื้องต้นสำหรับไลฟ์สด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ชุมชนหาดสองแคว มีห้องปฏิบัติการและเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้สำหรับการทำการตลาดออนไลน์ที่เป็นส่วนกลางของชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหาดสองแคว แต่กลุ่มชุมชนชาวสองแควก็ไม่มีความรู้ ความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์พื้นฐานต่างๆ และยังขาดความรู้และทักษะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ตลาดจนการสร้างแบรนด์ ประกอบกับในยุคปัจจุบันการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ตลอดจนการบรรจุและจัดส่งสินค้า และความรู้ในทางกฎหมายและการจ่ายภาษีนับว่าเป็นเรื่องพื้นฐานที่ผู้ที่จะทำการตลาดออนไลน์จำเป็นต้องเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Mahatthanachai et al. (2018) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดด้วยดิจิทัลคอมเมอร์ซของผลิตภัณฑ์ในชุมชนอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีความต้องการที่จะเรียนรู้และฝึกทักษะใช้งานสื่อ

ออนไลน์เพื่อการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความต้องการมากที่สุดคือการประยุกต์ด้านการตลาดออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการใช้สำหรับงานการขายสินค้า 2) ด้านงานประชาสัมพันธ์ข้อมูล 3) ด้านการติดต่อกับลูกค้า และ 4) ด้านการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว เช่น คลิปวิดีโอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการสอบถามถึงความต้องการในด้านช่องทางการตลาดออนไลน์ที่สมาชิกกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ มีความสนใจจะใช้ทำการตลาดออนไลน์ เพราะช่องทางการตลาดออนไลน์สามารถทำได้ในหลากหลายช่องทาง และบางช่องทาง กลุ่มชุมชนอาจจะมีความสนใจอยากจะเรียนรู้เป็นพิเศษ หรืออาจจะเคยใช้งาน แต่ยังไม่ได้รับความสำเร็จเพราะอาจขาดทักษะความรู้ ความเข้าใจในการใช้งาน และอยากจะพัฒนาทักษะและความรู้เพิ่มเติม

2. ควรมีการสอบถามผู้บริโภคนักสินค้าและบริการถึงสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคนักใจที่จะสามารถซื้อหรือจองล่วงหน้าได้ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้การพัฒนาช่องทางการขายสินค้าบนตลาดออนไลน์มีความสอดคล้องกับผู้บริโภค และยังสามารถมองทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการตลาดออนไลน์ ให้กับกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ เนื่องจากกลุ่มชุมชนหาดสองแควยังขาดทักษะการทำการตลาดออนไลน์ตามประเด็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการถ่ายภาพและไลฟ์สด 2) ด้านเทคนิคการทำการตลาดบนโซเชียล 3) ด้านเทคนิคการสร้างแบรนด์ 4) ด้านเทคนิคด้านช่องทางการชำระเงินออนไลน์ (Internet Banking)

2. ควรมีสร้างพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ ให้กับกลุ่มชุมชนหาดสองแคว อ.ตรอน จ.อุดรดิตถ์ เนื่องจากยังไม่มีช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่เป็นของชุมชนหาดสองแคว

References

- Budseeta, P. (2021). The development of distribution channels using digital marketing to enhance the competitiveness of community enterprise products of Tha Khun Ram, Mueang Kamphaeng Phet District. *Journal of Marketing and Management*, 8(2), 48 – 59. [in Thai]
- Mahatthanachai, C., Chumun, M., Mahatthanachai, B., Tarapitakwong, J., Takran, T., Santiteerakul, W., & Wongchomphu, P. (2018). *The promote marketing by digital commerce of mae rim district, Chiangmai province* [Research report]. Chiangmai: Chiangmai Rajabhat University. [in Thai]
- Rodplang, P. (2021). The developing online marketing channels of Ngob Products, basketry products group NGOBTHAI-LAONGEAW THONG-EN, Imburi District, Singburi Province. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(3), 35 – 45. [in Thai]
- Subdistrict Administration Organization Hardsongkwae. (n.d.). *History og Hardsong Kwae*. Laosviengstyle. <https://www.laosviengstyle.com/> [in Thai]
- Hemann, C., & Burbary, K. (2017). *Digital marketing analytics: Marketing sense of consumer data in digital world* (2nd ed.). Indiana: Qua Publisher.

Author

Assist.Prof. Pichayapa Yaungsoi, Ph.d.

Educational Technology and Communications, Faculty of Education,

Naresuan University, Thailand

99 Moo 9, Phitsanulok-Nakornsawan Road, Tharpoa Sub-District,

Mueng District, Phitsanulok Province. 65000

Tel.: 088-2675199 E - mail: pichayapay@nu.ac.th